

Ссылка для цитирования этой статьи:

Гришин К.Е., Газизова А.Р. О некоторых аспектах мультиконтекстуального подхода к исследованию предпринимательства // Human Progress. 2023. Том 9, Вып. 4. С. 3. URL: http://progress-human.com/images/2023/Tom9_4/Grishin.pdf. DOI 10.34709/IM.194.3. EDN YQCBZU.

УДК 338.1

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ МУЛЬТИКОНТЕКСТУАЛЬНОГО ПОДХОДА К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



Гришин Константин Евгеньевич

доктор экономических наук, доцент
директор Института экономики, финансов и бизнеса
Уфимского университета науки и технологий (ИНЭФБ УУНиТ)

grishin2472@yandex.ru
3/4, ул. Карла Маркса
г. Уфа, Россия, 450076
+7 (347) 229-96-06



Газизова Алия Рафиковна

Заместитель директора по воспитательной работе
Института экономики, финансов и бизнеса
Уфимского университета науки и технологий (ИНЭФБ УУНиТ)

gas-aliya@yandex.ru
3/4, ул. Карла Маркса
г. Уфа, Россия, 450076
+7 (347) 229-96-06

Аннотация. Молодежное предпринимательство выступает драйвером региональной экономики и способствует реализации конкурентоспособных идей в условиях новых реалий современного мира. В статье рассматриваются подходы к определению контекста молодежного предпринимательства. Проведен анализ зарубежных исследований мультитиконтекстуального подхода к вопросам молодёжного предпринимательства. Статья написана с целью обозначить наименее изученные направления исследования молодежного предпринимательства с точки зрения контекстуального подхода и предложить авторское видение некоторых теоретических и методологических аспектов мультиконтекстуального подхода к исследованию как предпринимательских намерений молодежи, так и предпринимательского поведения молодежи. Представлен авторский подход к: (1) определению единицы анализа контекста, то есть неких границ контекста, которые необходимо учитывать при оценке его влияния (воздействия) на предпринимательское поведение молодых людей; (2) обоснованию подхода к структуризации регионального

контекста предпринимательства. Выявлены и систематизированы типы контекста молодежного предпринимательства: деловой, социальный, пространственный, институциональный, технологический. Предложена графическая мультikonтекстуальная модель молодежного предпринимательства. Обозначенные подходы выступают элементами научной новизны исследования и имеют практическое значение для разработки эффективных управленческих решений, направленным на повышение вовлеченности молодежи в предпринимательство.

Ключевые слова: контекст предпринимательства; внутренний контекст; внешний контекст; молодежное предпринимательство; молодежь; региональная экономика; предпринимательское поведение.

JEI коды: R58; L26.

Введение

Развитие и стимулирование молодежного предпринимательства является одним из важнейших направлений государственной социально-экономической политики. Вовлечение молодежи в занятие предпринимательством призвано решать целый спектр задач, среди которых можно отметить, что оно создает возможности для трудоустройства, самореализации и активного включения в экономическую деятельность молодых людей, а также может помочь в решении психологических и социальных проблем, возникающих вследствие безработицы среди молодежи. Занятие предпринимательством весьма полезно молодым людям для развития новых навыков и получения опыта, которые можно применить для решения многих других жизненных задач [1]. В целом, можно констатировать, что молодежь заключает в себе громадный предпринимательский потенциал, не только с точки зрения решения проблем трудоустройства молодых людей, но и с точки зрения обеспечения динамики социально-экономического развития регионов.

В настоящее время интерес к занятию предпринимательством продолжает расти, и молодежь все больше обращает внимание на предпринимательство и все чаще рассматривает его как основу для своей профессиональной деятельности [2, с.216]. Также интерес к исследованию молодежного предпринимательства наблюдается и в академической среде [3, с.10; 4, с.24] хотя здесь еще предстоит решить довольно много научно-исследовательских задач. Целью данной статьи является обозначение некоторых элементов теоретического обоснования методологических основ мультikonтекстуального подхода к исследованию молодежного предпринимательства.

Результаты исследования

В целом, молодость можно определить как переходный период человека от детства к взрослой жизни. Однако, до настоящего времени не существует общепринятого международного определения слова «молодежь», и, соответственно, нет признаваемого всеми возрастного диапазона молодых людей. Так, Секретариат Организации Объединенных Наций для целей статистики относит к понятию «молодежь» лиц в возрасте от 15 до 24 лет, а в России молодежью, молодыми гражданами считается социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно¹. Примечателен возрастной ценз молодежи в азиатских странах: Индия – 15–34 лет; Пакистан – 18-30 лет; Шри-Ланка 15–29 лет; Малайзия – 15-29 лет; Непал – 15-40 лет; Сингапур – 15-30 лет; и т.д. [5].

Соответственно, когда мы говорим о молодежном предпринимательстве, не всегда ясно, кого можно относить к данной категории. Чигунта (2002) предлагает разделить развитие молодых предпринимателей на три переходных этапа.

Первый «этап становления» молодого предпринимателя – так называемые пред-предприниматели (Pre-entrepreneurs) (возраст 15-19 лет) – переходной период от образования к работе (труду), хотя в этом возрасте образование может быть продолжено. Второй – «начинающие предприниматели» (Budding entrepreneurs) (возраст 20-25 лет): это стадия роста. Эти молодые люди, вероятно, приобрели некоторый опыт, навыки и капитал, которые позволят им управлять собственными предприятиями. Третий – «новые предприниматели» (Emergent entrepreneurs) (возраст 26-29 лет): это расцвет. Имея ценный опыт в бизнесе, новые предприниматели имеют более высокий уровень зрелости, чем молодежь из младших возрастных групп. Следовательно, они с большей вероятностью способны обеспечить жизнеспособность и развитие предприятия, чем более молодые люди [6].

Кроме того, молодежное предпринимательство различается по психологическому критерию. Исследователи из Новой Зеландии К. Льюис и С. Мэсси выявили следующие четыре группы потенциальных молодых предпринимателей в зависимости от уровня желания и намерения заниматься бизнесом [3, с.10] (рисунок 1). Предложенная авторами структуризация может помочь исследователям, а также политикам лучше понять особые потребности молодых людей в сфере предпринимательства и определить соответствующие методы и инструменты для улучшения культуры предпринимательства в стране или регионе.

¹ Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ "О молодежной политике в Российской Федерации". [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/> (Дата обращения 20.07.2023)

Рис.1: Классификация потенциальных молодых предпринимателей²



Исследуя предпринимательское поведение, Audretsch и Kayalar-Erdem [7] выявляют большой набор детерминант на индивидуальном уровне, уровне фирмы, региональном уровне, а также институциональном / политическом уровне, подчеркивая сложный характер предпринимательства. Учитывая данный постулат, для более полного понимания механики процессов молодежного предпринимательства, его необходимо рассматривать через призму совокупности факторов, обуславливающих предпринимательские намерения молодых людей и трансформацию этих намерений в конкретное предпринимательское поведение. В целом, мы определяем предпринимательское намерение как готовность (намерение) человека сделать выбор в пользу предпринимательства в своей карьере. [8, с.415; 9, с.45; 10]. С нашей точки зрения, предпринимательское намерение – это реальная готовность индивида действовать в целях создания экономической ценности и ее обмена на рынке по цене, превышающей

² Составлено авторами по: [3]

себестоимость, как путем создания новой фирмы, так и посредством интрапренерства. Вместе с тем, существует достаточно большой разрыв между теоретическим желанием заниматься предпринимательством (предпринимательскими намерениями) и фактическим предпринимательским поведением (intention-action gap) [11, с.1317]. Наличие таких разрывов может объясняться как внутренними (личностными) факторами потенциального предпринимателя, так и внешними контекстуальными особенностями территории, на которой он проживает [12, с.343]. В настоящее время контекстуальный подход к предпринимательским намерениям молодежи характеризуется смещением исследовательских направлений с изучения поведения индивида к изучению роли внешнего контекста. Важность учета контекста при исследовании предпринимательства подчеркивается многими исследователями [5, с.33; 13, с.443; 14, с.113; 15, с.51; 16, с.50; 17, с.1453; 18; 19]. Welter [20] заявила, что контекстуализация предпринимательства важна для понимания того, когда, как и почему происходит предпринимательство, и что экономическое поведение можно лучше понять в его контексте. Важность контекстуализации предпринимательства подчеркивает Баумоль [21, с.893], который указывает, что правила предпринимательства резко меняются от одного времени и места к другому. Мы утверждаем, что для более качественного понимания механики функционирования и развития молодежного предпринимательства, необходимо большое внимание уделять контексту. Более того, молодые люди, потенциальные или действующие предприниматели должны изучать контекст, понимать его и учитывать его параметры при осуществлении предпринимательской деятельности. Соответственно для успешной работы молодому предпринимателю очень важно понимать, отслеживать и анализировать контекст, в котором он осуществляет свою хозяйственную деятельность. Нужно исходить из того, что понимание предпринимательских контекстов, динамики их развития (нужно отметить, что контекст подвижен и меняется не только в пространстве, но и во времени) позволяет молодым людям более качественно прогнозировать будущие условия функционирования, успешно встраиваться в новую реальность, выстраивать конструктивный диалог с органами власти и соответствовать меняющимся контекстам. В силу обозначенных условий, с целью более детального понимания сути и содержания процессов вовлечения молодых людей в занятие предпринимательством, представляется необходимым особое внимание уделить изучению контекста молодежного предпринимательства, в том числе, и с теоретической точки зрения.

Термин «контекст» происходит от латинского слова «contextus», что в переводе значит связь, соединение, связка. Первоначальное значение контекста означает сплетение воедино или установление связи [22, с.13]. В области управления контекст относится к

обстоятельствам, условиям, ситуациям или среде, которые являются внешними по отношению к соответствующему явлению и способствуют или ограничивают его [20]. Таким образом, контекст не может рассматриваться как просто среда, окружение. Контекст – это именно связь, взаимодействие с окружением, во всем его многообразии. Существует достаточное количество определений понятия «контекст» [23, с.55], мы в рамках данной статьи будем придерживаться формулировки предложенной Джонс [24, с.386], который интерпретирует контекст как ситуационные возможности и ограничения, влияющие на поведение [25]. Основываясь на данном определении, под контекстом предпринимательства мы будем понимать специфическое проявление внешних и внутренних факторов, а также сопутствующих им рисков, обуславливающих возникновение ситуационных возможностей и ограничений, влияющих на предпринимательское поведение экономических субъектов и их способность достигать ожидаемого результата в определенном пространстве и времени. Далее важно понимать, что предпринимательский контекст бывает как внешним, так и внутренним. Внутренний контекст – это совокупность внутренних морально-психологических факторов (темперамент, характер, ценности, убеждения, психологические установки, жизненный и профессиональный опыт и т.д.) конкретного индивида, влияющих на формирование и осознание потребности в предпринимательском поведении, возможностях и ограничениях такого поведения. Внутренний контекст – это очень важная составляющая контекстуальных исследований предпринимательства, так как именно через призму внутреннего контекста индивид рассматривает и оценивает внешний контекст. Соответственно, очень важно понимать, что одинаковых внутренних контекстов не бывает (каждый внутренний контекст уникален), поэтому, даже находясь в одинаковых внешних контекстуальных условиях, каждый индивид будет по-своему трактовать и оценивать контекст. Исходя из данного понимания, мы утверждаем, что контекст молодежного предпринимательства в силу особенностей формирования внутренних контекстов молодых людей отличается от контекстов предпринимателей других возрастных групп. Так, отличия, в том числе, могут проявляться в понимании и трактовке контекста и, соответственно, оценке возможностей и ограничений, которые он (контекст) воспроизводит.

Вместе с тем, в рамках данной статьи мы не ставим перед собой задачу детального рассмотрения сути и содержания внутреннего контекста, мы только хотим констатировать его наличие и необходимость рассмотрения и учета при проведении контекстуальных исследований молодежного предпринимательства. Вследствие этого, в настоящем исследовании мы больший акцент сделаем на внешнем контексте молодежного предпринимательства.

Продолжая анализировать тему контекста, мы исходим из того, что узкий и одномерный взгляд на контекстуализацию предпринимательства крайне ограничивает понимание предпринимательства [19]. Так, Джонс [24] указывает на крайнюю многомерность контекста, отмечая, что «эффекты контекста могут включать как основные эффекты, так и взаимодействия между переменными контекста и интересующими существенными переменными», и далее отмечает, что даже простое перечисление перестановок и комбинаций контекстуальных переменных имеет значение. Следовательно, изучая роль и влияние контекста на предпринимательские намерения и предпринимательское поведение молодежи, мы должны говорить о многомерности контекста, то есть о том, что контекст не один, их много, при этом эти контексты накладываются друг на друга, взаимодействуют друг с другом и образуют довольно сложные контекстуальные конфигурации. Более того, различные контексты по-разному влияют на предпринимательские намерения и предпринимательское поведение молодых людей. При этом, важнейшим свойством контекстов остается его подвижность, то есть изменчивость как в пространстве, так и во времени. Учитывая, что даже при поверхностном взгляде на контекст отчетливо проявляется довольно сложноорганизованный дизайн контекстуального ландшафта, нам представляется важным для исследования молодежного предпринимательства использование базирующейся на экосистемной парадигме [26, с.476; 27; 28; 29, с.42; 30, с.1759; 31; 32, с.212, 33; 34, с.313] мультиконтекстуального подхода, заключающегося в многомерном отображении окружающей реальности, который дает возможность наблюдать предпринимательство через призму многообразия взаимосвязанных разнофункциональных системных элементов (контекстуальных переменных), взаимодействующих между собой и со средами в рамках общего пространства и времени [35]. Необходимо отметить, что мультиконтекстуальный подход как исследовательская концепция целостного взгляда на предпринимательское поведение людей во всем спектре условий и обстоятельств, влияющих на него, пока еще не получила должного научного признания и еще находится в зачаточном состоянии и пока не имеет под собой серьезной и обоснованной теоретико-методологической базы. Вместе с тем, по нашему мнению, данная парадигма имеет определенные научные перспективы и в дальнейшем может стать теоретической основой для разработки прикладного инструментария для решения исследовательских задач в области развития предпринимательства. Соответственно, представляется важным дальнейшее наращивание теоретических знаний и накопление эмпирических данных, позволяющих превратить его в научно обоснованную концепцию. Учитывая научные перспективы мультиконтекстуального подхода, нами впервые предлагается рассмотреть его применительно к исследованию молодежного

предпринимательства. Не ставя на данном исследовательском этапе перед собой задачи по теоретическому обоснованию методологических основ мультиконтекстуального подхода, мы бы хотели в рамках данной статьи предложить и заложить лишь некоторые научные «кирпичики» в фундамент методологической конструкции контекстуальной парадигмы. Первый «кирпичик» касается единицы анализа контекста, то есть неких границ контекста, которые необходимо учитывать при оценке его влияния (воздействия) на предпринимательское поведение молодых людей. Здесь мы придерживаемся следующего мнения. Мультиконтекстуальный подход к исследованию молодежного предпринимательства, как было уже сказано выше, опирается на концепцию предпринимательских экосистем для применения которой наиболее подходящим представляется региональный уровень. Соответственно, контекстуальный ландшафт во всем его многообразии целесообразно рассматривать через призму регионального среза, хотя вопрос «пространственно- временной ширины» контекста, то есть его границ с точки зрения влияния на развитие молодежного предпринимательства, еще далеко не решен.

Второй «кирпичик» связан с темой композиции структуры контекста, то есть обоснование подхода к структуризации регионального контекста предпринимательства. Здесь наше видение, основанное на работах [20; 25, с.386], заключается в целесообразности структурировать региональный контекст путем вычленения следующих типов предпринимательских контекстов: деловой, социальный, пространственный, институциональный, технологический (таблица 1).

Табл.1: Классификация контекстов по типу³

Тип контекста	Примеры контекстуальных переменных
Деловой	Уровень развития рынка, стадия жизненного цикла отрасли, количество и характер конкурентов и т.д.
Социальный	Структура социальных сетей, плотность, частота сетевых отношении; состав и роли домохозяйств/семьи и т.д.
Пространственный	Физическая инфраструктура молодежного предпринимательства, ресурсная обеспеченность, характеристики местных сообществ и регионов и т.д.
Институциональный	Социальные установки и нормы; юридические нормативные документы; политика и меры поддержки молодежного предпринимательства и т.д.
Технологический	Высокоскоростной интернет, технологическая (цифровая) грамотность и т.д.

Вычлняя предложенные контексты, мы получаем возможность как бы увидеть срезы объективной реальности в разном, но при этом наиболее важном, с точки зрения предпринимательского поведения, преломлении. Эти срезы необходимы для адекватного и более точного восприятия и оценки конкретной ситуации, возможностей и ограничений и,

³ Составлено авторами

соответственно, для выбора модели предпринимательского поведения (производительного, непроизводительного, деструктивного). Каждый из предложенных контекстов объединяет в себе множество контекстуальных переменных (факторов), явно или не явно влияющих на предпринимательское поведение молодежи в определенном пространстве и времени.

Таким образом, схематично многомерность предпринимательского контекста может быть представлена следующим образом (рисунок 2).

Рис. 2: Мультиконтекстуальность молодежного предпринимательства⁴



Заключение

В целом, представленное авторское видение границ, а также структуризации контекста на основе его многомерности позволяет продвинуться в плане разработки теоретических основ мультиконтекстуальной концепции молодежного предпринимательства. С прикладной точки зрения предложенный подход уже сейчас может быть использован для более качественного анализа детерминант молодежного предпринимательства, что даст возможность разрабатывать более действенные и эффективные управленческие решения по актуальным вопросам, направленные на существенное наращивание вовлеченности молодых людей в занятие предпринимательством.

Дальнейшей исследовательской задачей в рамках представленного подхода является выявление наиболее значимых контекстуальных переменных каждого из представленных контекстов и оценку их влияния, как на предпринимательские намерения молодежи, так и на переход от предпринимательских намерений к предпринимательскому поведению.

⁴ Составлено авторами

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда по гранту № 23-28-00444, <https://rscf.ru/project/23-28-00444/>

Литература

1. Горбунова, Е.А.; Николаев, В.О. Малое и среднее предпринимательство как вариант решения проблемы занятости молодежи в условиях кризисного рынка труда / В сборнике: Развитие современной экономики России. Сборник материалов Международной конференции учёных-экономистов. Санкт-Петербург, 2021. С.: 167-174.
2. Greene, F.J. Evaluating Youth Entrepreneurship: the Case of the Prince's Trust // *Environment & Planning C: Government & Policy*. 2009. Том 27. Вып. 2. С.: 216-229.
3. Lewis, K.; Massey, C. Young entrepreneurship and government policy. New Zealand Centre for SME Research, Massey University. 2003. 10 с.
4. Schoof, U. Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people / International Labour Office. Series on Youth and Entrepreneurship. Geneva. 2006. С.: 24-60.
5. Sutradhar, A.K. Youth Affairs in Bangladesh Batic Printing & Publications. Monishingh Forhad Bhaban. Dhaka. 2005. 33 с.
6. Chigunta, F. Young Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges. Wolfson College, Oxford University. Oxford. 2002.
7. Audretsch, D.B.; Kayalar-Erdem, D. Determinants of scientific entrepreneurship / In: Handbook of Entrepreneurship Research. Alvarez, S.A., Agarwal, R., Sorenson, O. (ред.). Springe. 2005. С.: 4-6.
8. Bird, B.J. Entrepreneurial behavior. Glenview: Scott Foresman and Co. 1989. 415 с.
9. Hmieleski, K.M.; Corbett, A.C. Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions // *Journal of Small Business Management*. 2006. Том. 44, Вып. 1. С.: 45-63.
10. Khan, K. Empirical analysis of entrepreneurial intentions. A case of Kabul based business students, Afghanistan // *International Journal of Information, Business and Management*. 2013. Том 5, № 1. С.: 184-197.
11. Sutton, S. Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? // *Journal of Applied Social Psychology*. 1998. Том 28, Вып. 15. С.: 1317-1338.
12. Богатырева, К.А.; Широкова, Г.В. Подходы к исследованию «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент*. 2017. Том 16. № 3. С.: 343–363.

13. Zahra, S.A. Contextualizing theory building in entrepreneurship research // *Journal of Business venturing*. 2007. Том 22, № 3. С.: 443-452.
14. Sarasvathy, S.D.; Venkataraman, S.A. Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2011. Том 35, Вып. 1. С.: 113-135.
15. Чепуренко, А.Ю.; Яковлев, А.А. Теория предпринимательства: важность контекста. // *Российский журнал менеджмента*. 2013. № 2. С.: 51-60.
16. Bjørnskov, C.; Foss, N. How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth // *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2013. Том 7, Вып. 1. С.: 50-69.
17. Foss, N.J.; Lyngsie, J.; Zahra, S.A. The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation // *Strategic Management Journal*. 2013. Том 34, Вып. 12. С.: 1453-1471.
18. Chalmers, D.M.; Shaw, E. The endogenous construction of entrepreneurial contexts: a practice-based perspective // *International Small Business Journal*. 2017. Том 35, Вып. 1. С.: 19-39.
19. Baker, T.; Welter, F. Contextual entrepreneurship: An interdisciplinary perspective // *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. 2018. Том 14, Вып. 4. С.: 357-426.
20. Welter, F. Contextualizing Entrepreneurship - Conceptual Challenges and Ways Forward // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2011. Том 35, Вып. 1. С.: 165-184. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x.
21. Baumol, W. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive // *Journal of Political Economy*. 1990. Том 98, № 5. С.: 893-921.
22. Rousseau, D.; Fried, Y. Location, location, location: Contextualizing organizational research // *Journal of Organizational Behavior*. 2001. Том 22. С.: 1-13.
23. Capelli, P.; Sherer, P.D. The missing role of context in OB: The need for a meso-level approach // *Research in Organizational Behavior*. 1991. Том 13. С.: 55-110.
24. Johns, G. The essential impact of context on organizational behavior // *Academy of Management Review*. 2006. Том 31, Вып. 2. С.: 386-408.
25. Mowday, R.; Sutton, R. Organizational behavior: Linking individuals and groups to organizational contexts // *Annual Review of Psychology*. 1993. Том 44. С.: 195-229.
26. Acs, Z.J.; Autio, E.; Szerb, L. National systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications // *Research Policy*. 2014. Том 43, Вып. 3. С.: 476-494.
27. Isenberg, D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship / Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Dublin, from DanIsenberg. 2011. <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/>

28. Feld, B. Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city. John Wiley & Sons. 2012. 224 с.
29. Autio, E.; Rannikko, A.H. Retaining winners: Can Policy Boost High-growth Entrepreneurship? // Research Policy. 2015. Том 45. С.: 42-55.
30. Stam, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique // European Planning Studies. 2015. Том 23, Вып. 9. С.: 1759-1769.
31. Acs, Z.A.; Estrin, S.; Mickiewicz, T.; Szerb, L. Institutions, Entrepreneurship and Growth: The Role of National Entrepreneurial Ecosystems // SSRN Working paper. No. 2912453. 2017. DOI: 10.2139/ssrn.2912453.
32. Дорошенко, С.В., Шеломенцев А.Г. Предпринимательская экосистема в современных социэкономических исследованиях // Журнал экономической теории. 2017. № 4. С.: 212-221.
33. Cavallo, A.; Ghezzi, A.; Balocco, R. Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions // International Entrepreneurship and Management Journal. 2018. С.: 1-24. DOI: 10.1007/s11365-018-0526-3.
34. Audretsch, D.; Cunningham, J.A.; Kuratko, D.; Lehmann, E.; Menter, M. Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts // The Journal of Technology Transfer. 2019. Том 44, Вып. 4. С.: 313-325.
35. Бирюков, В.В.; Романенко, Е.В. Контекстуализация теории предпринимательства // Вестник СибАДИ. 2016. №2 (48). С.: 154-158.

ON SOME ASPECTS OF THE MULTI-CONTEXT APPROACH TO THE ENTREPRENEURSHIP'S STUDY

Konstantin Grishin

Doctor of Economics, Associate Professor, Director of the Institute of Economics, Finance
and Business in the Ufa University of Science and Technology
Ufa, Russia

Aliya Gazizova

Deputy Director for educational work of the Institute of Economics, Finance and Business
in Ufa University of Science and Technology
Ufa, Russia

Abstract. Youth entrepreneurship acts as a driver of the regional economy and contributes to the competitive ideas' implementation in the new realities of the modern world. The article discusses approaches to defining the youth entrepreneurship context. The world studies analysis of the multi-contextual approach to the youth entrepreneurship has been carried out. The article was written in order to identify the least studied areas of youth entrepreneurship research from the point of view of the contextual approach and to offer the authors' vision of some theoretical and methodological aspects of the multi-contextual approach to the study of both young people' entrepreneurial intentions and behavior. The authors' approach is presented to: (1) defining the unit of context analysis, that is, certain boundaries of the context that must be taken into account when assessing its influence on the young people entrepreneurial behavior; (2) substantiation of the approach to structuring the regional context of entrepreneurship. The types of youth entrepreneurship context are identified and systematized: business, social, spatial, institutional, technological. A graphical multi-contextual youth entrepreneurship model is proposed. The indicated approaches are elements of the scientific novelty and are of practical importance for the effective management decisions development aimed at increasing the young people involvement into entrepreneurship.

Keywords: context of entrepreneurship, internal context, external context, youth entrepreneurship, youth, regional economy, entrepreneurial behavior.

JEL code: R58; L26.

Acknowledgements

The study was funded by the Russian Science Foundation, project number 23-28-00444, <https://rscf.ru/project/23-28-00444/>

References

1. Gorbunova, E.A.; Nikolaev, V.O. (2021) Small and medium-sized businesses as a solution to the problem of youth employment in a crisis labor market / In: Development of the modern Russian economy. Collection of materials of the International Conference of Economists. St. Petersburg. P.: 167-174.
2. Greene, F.J. (2009) Evaluating Youth Entrepreneurship: the Case of the Prince's Trust // Environment & Planning C: Government & Policy. Vol. 27, Issue 2. P.: 216-229.
3. Lewis, K.; Massey, C. (2003) Young entrepreneurship and government policy. New Zealand Center for SME Research, Massey University. 10 p.

4. Schoof, U. (2006) Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people / International Labor Office. Series on Youth and Entrepreneurship. Geneva. P.: 24-60.
5. Sutradhar, A.K. (2005) Youth Affairs in Bangladesh Batic Printing & Publications. Monishingh Forhad Bhaban. Dhaka. 33 p.
6. Chigunta, F. (2002) Young Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges. Wolfson College, Oxford University. Oxford.
7. Audretsch, D.B.; Kayalar-Erdem, D. (2005) Determinants of scientific entrepreneurship / In: Handbook of Entrepreneurship Research. Alvarez, S.A., Agarwal, R., Sorenson, O. (Eds.). Springe. P.: 4-6.
8. Bird, B.J. (1989) Entrepreneurial behavior. Glenview: Scott Foresman and Co. 415 p.
9. Hmieleski, K.M.; Corbett, A.C. (2006) Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions // Journal of Small Business Management. Vol. 44, No. 1. P.: 45-63.
10. Khan, K. (2013) Empirical analysis of entrepreneurial intentions. A case of Kabul based business students, Afghanistan // International Journal of Information, Business and Management. Vol. 5, No. 1. P.: 184-197.
11. Sutton, S. (1998) Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? // Journal of Applied Social Psychology. Vol. 28, Issue 15. P.: 1317-1338.
12. Bogatyreva, K.A.; Shirokova, G.V. (2017) Approaches to the study of the "gap" between intentions and actions in entrepreneurship // Bulletin of St. Petersburg University. Ser. Management. Vol. 16. No. 3. P.: 343–363.
13. Zahra, S.A. (2007) Contextualizing theory building in entrepreneurship research // Journal of Business Venturing. Vol. 22, No. 3. P.: 443-452.
14. Sarasvathy, S.D.; Venkataraman, S.A. (2011) Entrepreneurship as a method: Open questions for an entrepreneurial future // Entrepreneurship: Theory and Practice. Vol. 35, Issue 1. P.: 113-135.
15. Chepurenko, A.Yu.; Yakovlev, A.A. (2013) Entrepreneurial Theory: The Importance of Context. // Russian Journal of Management. No. 2. P.: 51-60.
16. Bjørnskov, C.; Foss, N. (2013) How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth // Strategic Entrepreneurship Journal. Vol. 7, Issue 1. P.: 50-69.
17. Foss, N. J.; Lyngsie, J.; Zahra, S.A. (2013) The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation // Strategic Management Journal. Vol. 34, Issue 12. P.: 1453-1471.
18. Chalmers, D.M.; Shaw, E. (2017) The endogenous construction of entrepreneurial contexts: a practice-based perspective // International Small Business Journal. Vol. 35, Issue 1. P.: 19-39.

19. Baker, T.; Welter, F. (2018) Contextual entrepreneurship: An interdisciplinary perspective // *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. Vol. 14, Issue 4. P.: 357-426.
20. Welter, F. (2011) Contextualizing Entrepreneurship - Conceptual Challenges and Ways Forward // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 35, Issue 1. P.: 165-184. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x.
21. Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive // *Journal of Political Economy*. Vol. 98, No. 5. P.: 893-921.
22. Rousseau, D.; Fried, Y. (2001) Location, location, location: Contextualizing organizational research // *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 22. P.: 1-13.
23. Capelli, P.; Sherer, P.D. (1991) The missing role of context in OB: The need for a meso-level approach // *Research in Organizational Behavior*. Vol. 13. P.: 55-110.
24. Johns, G. (2006) The essential impact of context on organizational behavior // *Academy of Management Review*. Vol. 31, Issue 2. P.: 386-408.
25. Mowday, R.; Sutton, R. (1993) Organizational behavior: Linking individuals and groups to organizational contexts // *Annual Review of Psychology*. Vol. 44. P.: 195-229.
26. Acs, Z.J.; Autio, E.; Szerb, L. (2014) National systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications // *Research Policy*. Vol. 43, Issue 3. P.: 476-494.
27. Isenberg, D. (2011) The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship / Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Dublin, from DanIsenberg. <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/>.
28. Feld, B. (2012) *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city*. John Wiley & Sons. 224 p.
29. Autio, E.; Rannikko, A.H. (2015) Retaining winners: Can Policy Boost High-growth Entrepreneurship? // *Research Policy*. Vol. 45. P.: 42-55.
30. Stam, E. (2015) Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique // *European Planning Studies*. Vol. 23, Issue 9. P.: 1759-1769.
31. Acs, Z.A.; Estrin, S.; Mickiewicz, T.; Szerb, L. (2017) Institutions, Entrepreneurship and Growth: The Role of National Entrepreneurial Ecosystems // SSRN Working paper. No. 2912453. DOI: 10.2139/ssrn.2912453.
32. Doroshenko, S.V., Shelomentsev A.G. (2017) Entrepreneurial Ecosystem in Contemporary Socioeconomic Research // *Journal of Economic Theory*. No. 4. P.: 212-221.

33. Cavallo, A.; Ghezzi, A.; Balocco, R. (2018) Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions // *International Entrepreneurship and Management Journal*. P.: 1-24. DOI: 10.1007/s11365-018-0526-3.
34. Audretsch, D.; Cunningham, J.A.; Kuratko, D.; Lehman, E.; Menter, M. (2019) Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts // *The Journal of Technology Transfer*. Vol. 44, Issue 4. P.: 313-325.
35. Biryukov, V.V.; Romanenko, E.V. (2016) Contextualization of the theory of entrepreneurship // *Bulletin of SibADI*. No. 2 (48). P.: 154-158.

Contact

Konstantin Grishin

Ufa University of Science and Technology

3/4, Karl Marx str., Ufa, Russia, 450076

grishin2472@yandex.ru Ufa, Russia

Aliya Gazizova

Ufa University of Science and Technology

3/4, Karl Marx str., Ufa, Russia, 450076

gas-aliya@yandex.ru